



Etude IFOP-PayPlug

Petites annonces et ventes en ligne : les Français, tous commerçants ?

Exploration du Système D à l'heure du web : comment, en pleine crise du pouvoir d'achat, les Français ont développé de nouvelles pratiques de consommation et d'échange. Regards sur cette nouvelle économie « disséminée » sans intermédiaire, plus horizontale, qui explose avec le web.

- **Deux Français sur trois (65%) ont déjà vendu en ligne un objet ou un service**
- **LeBonCoin.fr** confirme son statut de superstar du secteur, 60% des Français ayant déjà réalisé des achats sur ce site, devant **eBay** (52%). Ex-aequo avec **PriceMinister** à la troisième marche du podium, les petits **sites de marchands indépendants** tirent leur épingle du jeu recueillant la confiance de 45% des Français.
- **Le bénéfice mensuel moyen tiré de ces ventes s'élève à 61 euros**, mais dépasse les 100 euros par mois pour un Français sur cinq (21%) et se situe entre 50 et 99 euros pour un quart d'entre eux.
- Cette tendance ne risque pas de s'inverser puisque **78% des Français déclarent avoir des objets ou des services à proposer.**
- **Le paiement reste un des derniers verrous à l'essor de ces pratiques** : la crainte de ne pas être payé (35%) et celle de recevoir un chèque en bois (26%) étant citées comme les principaux freins à la vente sur Internet.

Paris, le 03 avril 2014 – Véritable alternative aux géants américains du paiement et aux coûteux systèmes bancaires, le français **PayPlug**, permet à tous les vendeurs de biens et services d'accepter les paiements par carte bancaire en ligne, à distance et sur mobile. Dans un pays marqué par un pouvoir d'achat en berne, qui peine à sortir de la crise, il a mené l'enquête* avec **l'IFOP** pour mesurer le phénomène des petites annonces et de la vente en ligne par de petits marchands indépendants. Ou comment, à l'heure de la démocratisation des technologies, les Français se sont appropriés le web pour développer de nouvelles pratiques d'échanges et alimenter une véritable économie de la débrouille, « disséminée », en marge des canaux traditionnels de la distribution.

Les Français accros aux petites annonces et aux marchands indépendants en ligne

L'étude IFOP-Payplug révèle que **84% des Français ont déjà acheté** un produit ou un service sur des sites Internet d'annonces ou de petits sites de marchands indépendants.

Les personnes âgées de **25 à 34 ans** se montrent les plus enclines à réaliser des achats sur des sites Internet d'annonces (93%), à l'opposé des 65 ans et plus (73%). De même, on relève une forte appétence pour cette pratique de consommation parmi **les cadres et les professions intermédiaires** (91%). On recense également beaucoup plus d'acheteurs sur des sites Internet d'annonces parmi les habitants de **communes rurales** que dans l'agglomération parisienne (89% contre 75%).

Parmi les différents sites testés, **LeBonCoin.fr** confirme son statut de superstar du secteur, **60% des Français ayant déjà réalisé des achats sur ce site**, dont 40% à plusieurs reprises, tandis qu'une personne sur deux (52%) a déjà réalisé un achat sur **eBay**, dont 37% plusieurs fois.

Ex-aequo avec **PriceMinister** à la troisième marche du podium, les petits **sites de marchands indépendants** tirent leur épingle du jeu recueillant la confiance de 45% des Français, dont 36% plusieurs fois contre 29% pour PriceMinister.

Enfin, environ une personne sur cinq (18%) a déjà réalisé des achats via d'autres sites d'annonces, comme ParuVendu ou A Little Market...

Dans le détail, on observe que **les sites testés attirent des consommateurs aux profils différents**. Par exemple, le site **leboncoin.fr** apparaît particulièrement apprécié des **25-34 ans** (74%), des **inactifs** (69%), des **professions intermédiaires** (66%), des **employés** (65%), ainsi que des habitants des **communes rurales** (71%, contre 45% dans l'agglomération parisienne).

eBay semble d'abord attirer les **cadres supérieurs** (60%) et les **professions intermédiaires** (61%). Le même constat prévaut concernant **les petits sites de marchands indépendants**, qui apparaissent de surcroît prisés par les franges les plus aisées de la population (52% des personnes dont le foyer perçoit un revenu mensuel supérieur ou égal à 4000 euros).

Deux Français sur trois (65%) ont déjà réalisé des ventes sur des sites Internet d'annonces...

Deux Français sur trois (65%) ont déjà vendu un objet ou un service sur Internet. La plupart d'entre eux ont déjà vendu un **objet dont ils n'avaient plus l'usage** (58%, dont 12% régulièrement et 34% plusieurs fois). De même, les Français n'hésitent plus à se débarrasser, moyennant quelques euros, d'un **achat qu'ils regrettent** (27%) et un sur cinq a vendu un **cadeau qui ne lui plaît pas** (18%), ou encore un **objet acheté en vue de le revendre** (17%). 13% ont déjà vendu un **bien immobilier** et 7% un **produit qu'ils avaient fabriqué**.

Moins répandue, la **vente de services en ligne** est loin d'être négligeable : 7% des personnes interrogées déclarent avoir déjà vendu des heures de services (garde d'enfants, ménage, jardinage, transport par exemple), 6% des cours scolaires ou des heures de conseils sur un sujet qu'elles maîtrisent.

...mais l'objet de la transaction varie en fonction de leur profil sociodémographique

Si l'appétence pour la vente en ligne apparaît globalement plus marquée parmi les moins de 35 ans, **la vente d'objets** est une pratique plus répandue parmi les **cadres, les professions intermédiaires**, mais aussi **les inactifs**. **La vente de services** relève davantage **des employés, des inactifs et des personnes aux revenus les plus modestes**.

Les Français tirent en moyenne 61 euros par mois de ces ventes

En moyenne, les bénéfices mensuels engendrés par les ventes réalisées sur des sites Internet d'annonces s'établissent à 61 euros. **Cette moyenne dissimule toutefois des disparités** : si 23% des personnes ayant déjà réalisé des ventes sur Internet déclarent en retirer moins de 15 euros, 21% affirment que ces opérations leur rapportent **plus de 100 euros par mois**, un quart d'entre eux en retirant **entre 50 et 99 euros par mois**.

Le montant moyen des bénéfices de ces ventes oscille entre 51 euros chez les **18-24 ans** et 82 euros parmi les **25-34 ans**. On note également que **la vente de services apparaît plus lucrative**, avec un bénéfice moyen de **75 euros**, contre 61 euros pour la vente d'objets.

Les Français, bientôt tous commerçants ?

78% des Français déclarent qu'ils pourraient avoir des objets ou des services à proposer.

Dans le détail, 72% des personnes interrogées estiment qu'elles pourraient vendre un **objet dont elles n'ont plus l'usage**, mais aussi un **achat qu'elles regrettent** (45%), un **cadeau qui leur déplaît** (36%) ou un **objet acheté en vue de le revendre** (21%).

Près d'une personne sur cinq envisagerait de proposer **des heures de services** (17%), des **heures de conseils sur un sujet qu'elle maîtrise** (16%) ou de vendre un **bien immobilier** (16%). Respectivement 14% et 12% des Français pourraient vendre un **produit qu'ils ont eux-mêmes fabriqué** ou proposer des **cours scolaires**.

Une nouvelle fois, les catégories sociodémographiques moyennes et supérieures ainsi que les moins de 35 ans se montrent les plus enclins à proposer des objets à la vente. **Les inactifs et les plus modestes apparaissent davantage susceptibles de mettre en vente des objets qu'ils ont fabriqués ou de proposer leurs services.**

Le paiement reste un des derniers verrous à l'essor de ces pratiques

Les craintes liées à la sécurisation des paiements arrivent nettement en tête des éléments désignés comme des freins à la vente sur Internet : ainsi, **35% des personnes interrogées déclarent craindre de ne pas être payées** tandis que **26% ont peur de recevoir un chèque en bois**. De la même façon, **9% expriment leur crainte de recevoir de la fausse monnaie**.

Une proportion significative des répondants avance des freins d'ordre plus pratique, comme le **manque de temps** (24%), la **complexité perçue de la démarche** (12%) ou le fait de **ne pas savoir comment procéder** (7%). Enfin, 25% estiment ne rien avoir à vendre et 5% ne pas avoir besoin d'argent.

Ces craintes semblent confortées dans la réalité, puisqu'elles arrivent en tête des craintes parmi les personnes ayant déjà vendu des objets ou des services : respectivement 36% et 28% citent la crainte de ne pas être payé et de recevoir un chèque en bois parmi les freins qui les empêchent le plus de vendre sur Internet.

*« L'étude confirme ce qu'on devinait avec le phénomène du boncoin en France et l'essor des sites de petites annonces : les Français se sont appropriés le web pour vendre et acheter entre eux des articles mais aussi des services. A l'heure où il n'a jamais été aussi facile de créer son propre site, de plus en plus d'entre eux tentent également l'aventure de la vente en ligne, souvent en complément de leur activité. Véritable système D, ces initiatives peuvent fournir un complément de revenu non négligeable en période de crise », déclare **Camille TYAN, co-fondateur de PayPlug.***

« Ce que cette étude IFOP-PayPlug montre aussi clairement, c'est que ce phénomène est encore freiné principalement par la question du paiement. La mise en place de solutions en phase avec les valeurs de cette économie disséminée –en marge des grands systèmes américains ou bancaires– peut faire sauter ce dernier verrou. C'est l'objectif de PayPlug, qui en visant à assurer au vendeur la réception du paiement, ouvre probablement la voie à un développement plus marqué –en nombre de transactions et en volume de ventes– de l'achat et de la vente en ligne d'objets et de services entre particuliers ».

Retrouvez l'étude complète à l'adresse : <https://www.payplug.fr/presse>

***Méthodologie :** Enquête réalisée du 12 au 14 mars 2014 auprès d'un échantillon de 1009 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession) après stratification par région et par catégorie d'agglomération. Enquête réalisée par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI).

A propos de PayPlug

PayPlug permet à tous les vendeurs de biens et services d'accepter les paiements par carte bancaire en ligne, à distance et sur mobile. L'activation est immédiate sur www.payplug.fr, et ne nécessite pas de contrat bancaire, de terminal ou d'intégration technique. Pour le client final, rien de plus simple : il paie avec sa carte sans avoir besoin de s'inscrire. Des freelances aux chambres d'hôte, en passant par les e-marchands, les auto-entrepreneurs ou les associations, plusieurs milliers de professionnels français ont déjà adopté cette solution innovante depuis son lancement au printemps 2013.

PayPlug a été fondé par deux ingénieurs français diplômés de Harvard, Antoine Grimaud et Camille Tyan, autour d'une ambition : simplifier la vie des professionnels en leur offrant une alternative innovante aux systèmes de paiement traditionnels par carte.

Créée en mai 2012, l'entreprise a déjà levé plus de 500.000 euros et est accompagnée par l'Accélérateur, Scientipôle, Réseau Entreprendre et Agoranov.

Pour plus d'informations, visiter le site de [PayPlug](http://www.payplug.fr).

Contacts presse

Thomas Boullonnois / Emmanuelle Renaudie

RUMEUR PUBLIQUE

+33 1 55 74 52 29 / + 33 1 55 74 84 96

thomas@rumeurpublique.fr / emmanuelle.ren@rumeurpublique.fr

www.rumeurpublique.fr